

روابط عمومی در نظام بانکی

مجموعه مقالات

مؤسسه فرهنگی روابط عمومی آرمان

۱۳۹۴

عنوان و نام پدیدآور	:	روابط عمومی در نظام بانکی (مجموعه مقالات) / موسسه فرهنگی روابط عمومی آرمان.
مشخصات نشر	:	تهران: انتشارات دنیای تغذیه، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	:	۱۲۰ ص: نمودار.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۷۴۳۳-۳۱-۷ ۱۲۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبا
موضوع	:	بانک و بانکداری—ایران—روابط عمومی—مقاله‌ها و خطابه‌ها
موضوع	:	بانک و بانکداری—مقاله‌ها و خطابه‌ها
سازمان	:	موسسه فرهنگی روابط عمومی آرمان
ردیف کنگره	:	HG ۱۶۱۶/۹۸۶/۹ ۱۳۹۴
رده بندی یوبی	:	۳۳۲/۱۰۹
شماره کتابشناختی ملی	:	۴۰۲۶۵۹۹

عنوان: روابط عمومی در نظام بانکی (مجموعه مقالات)

ناشر: انتشارات دنیای تغذیه

چاپ: گل آذین

نوبت چاپ: اول

بهاء: ۱۲۰۰۰ تومان

زمان انتشار: پاییز سال ۱۳۹۴

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

تلفن: ۶۰-۶۶۵۶۴۴۵۸ - ۶۶۴۳۱۹۶۶ - ۶۶۹۰۵۲۷۱

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۴۳۳-۳۱-۷

سایت رسمی مؤسسه فرهنگی روابط عمومی آرمان: www.Arman-pr.com

pr.com

ایمیل: pr.arman.pr@gmail.com

کلیه حقوق این اثر متعلق به موسسه فرهنگی روابط عمومی آرمان است.

فهرست مطالب

۷	پیشگفتار.....
۹	نقش بازاریابی در فضای پیچیده رقابتی بانک‌های ایران.....
۱۹	مهریت روابط عمومی پاسخگو در نظام بانکی.....
۳۱	راه ۳۶۰ درجه‌ای برای روابط عمومی بانک‌ها.....
۳۹	روابط عمومی و توسعه بانکداری اسلامی.....
۴۵	راهبرد میان‌رشته‌ای بانک‌ها.....
۸۷	راهبردهای جدید یک شبکه ارتباطات در خدمات بانکی.....
۹۵	روابط عمومی بانک‌ها و پیام‌های واحد و متقاعد کننده.....
۱۰۱	روابط عمومی مستمر و منظم در نظام بانکی.....
۱۰۹	نقش تبلیغات اینترنتی در ترغیب مشتریان به خدمات بانکداری.....

پیشگفتار:

روابط عمومی در هر بنگاه، نهاد و سازمانی، نقش حیاتی و راهبردی دارد. بی تردید بانک‌ها نیز از این قاعده مستثنی نیستند. لیکن یکی از مواردی که اهمیت روابط عمومی را در بانک‌ها ممتاز می‌سازد، لزوم مشتری محوری بانک و رقابت شدید بین بانک‌هاست. از طرف دیگر، از عوامل موفقیت در نظام بانکی، ایجاد آهنگ یکنواخت بین بخش‌های ارزیابی و روابط عمومی است.

در کشور ما روابط عمومی بانک‌ها نیز همان مسائل و مشکلات سایر روابط عمومی‌ها را دارند، اما تناسبات مالی آنها، این فرصت را می‌دهد تا جذب نیروهای متخصص، هزینه کرد مناسب در مدیریت ارتباطی و آموزشی کیفی، وضعیت مناسب‌تری را رقم بزنند. با این وصف، تریب این جانب در ارزیابی آثار روابط عمومی‌های بانک‌ها و ممیزی کیفی و عملکردی آن‌ها، سبب ضعف‌های عمده است. از جمله عدم مخاطب پژوهی علمی، فقدان برنامه و مهارت‌های سنجش بخشی فعالیت‌ها، ضعف در انجام پژوهش‌های مختلف ارتباطی، نبود برنامه ریزی راهبردی، ضعف در ارتباط عمومی داخلی و اولویت دهی به امور تبلیغات است.

براین اساس تولید آثاری که بتواند بینش و مهارت دست اندرکاران روابط عمومی نظام بانکی را ارتقاء بخشد، کاملاً ضروری به نظر می‌رسد.

«موسسه فرهنگی روابط عمومی آرمان» امید دارد این اثر بتواند نقش کوچکی را در این راستا ایفاء کند.

هوشمند سفیدی

مدیرمسئول موسسه فرهنگی روابط عمومی آرمان

پاییز سال ۱۳۹۴